

~~e~~oct

Se lancer, devenir
entrepreneur – **Niv.1**

Ce guide est une création originale protégée par le droit d'auteur.
Il ne peut être copié, partagé ou réutilisé sans accord écrit de l'auteur.
Toute utilisation non autorisée engage la responsabilité de son auteur.

© Arthur Viale – Octobre – 2026

www.octobre.cab
info@octobre.cab

PRÉAMBULE -

Octobre n'est pas seulement un cabinet d'expertise comptable. **C'est un espace pensé pour donner aux entrepreneurs une vision claire, accessible et humaine de leur activité.** Notre mission est simple : remettre l'humain au centre de la relation, tout en s'appuyant sur des outils modernes **qui garantissent fiabilité, réactivité et proximité.**

Nous croyons qu'accompagner un entrepreneur ne se résume pas à produire des chiffres. **C'est comprendre son histoire, ses choix, ses contraintes et ses ambitions.** C'est proposer une méthode d'accompagnement sur mesure, adaptée à chaque étape de la vie de l'entreprise :

- **Niveau 1** : Se lancer – transformer une idée en projet concret, sécuriser les premières démarches et poser les bases solides de l'activité.
- **Niveau 2** : Devenir employeur – franchir le cap du premier recrutement, comprendre ses responsabilités sociales et bâtir une relation saine avec ses collaborateurs.
- **Niveau 3** : Devenir manager – structurer son organisation, piloter une équipe, développer sa posture de leader et penser la croissance autrement.
- **Niveau 4** : Devenir dirigeant d'entreprise – prendre de la hauteur, penser vision stratégique, gouvernance, patrimoine et transmission.

Notre différence repose sur des valeurs concrètes

Chez Octobre, nous croyons que la relation ne se construit pas seulement sur des chiffres, mais sur des principes clairs et vécus au quotidien.

Proximité, Qualité, Réactivité (PQR)

Trois engagements simples qui structurent notre accompagnement. Être proches de vous, disponibles et accessibles. Produire un travail exigeant et clair. Répondre vite, avec pertinence, parce que votre temps est précieux.

Transparence

Chez nous, chacun doit savoir où il en est, sans jargon ni opacité. La clarté nourrit la confiance et ouvre la voie à de meilleures décisions.

Responsabilité partagée

Nous avançons en cordée : entrepreneur, conseiller, équipe. Chacun tient la corde, chacun joue son rôle, chacun est responsable de la progression de l'autre.

Exigence humaine

Nous cherchons l'équilibre entre bienveillance et rigueur. Accompagner avec écoute et empathie, tout en maintenant l'exigence indispensable à la fiabilité de notre métier.

Innovation et esprit Octobre

Nous ne voulons pas être un cabinet classique. Nous testons, innovons, améliorons sans cesse pour simplifier votre quotidien et rendre la relation plus fluide.

Déontologie et indépendance

Notre métier repose sur la confiance absolue. Elle se protège chaque jour par notre rigueur, notre indépendance et la confidentialité des informations.

Enfin, Octobre se veut accessible et facilitateur. **Nous traduisons vos chiffres en décisions claires, nous rendons simples des notions complexes, et nous vous permettons d'avancer avec plus de visibilité et de sérénité.**

C'est dans cette vision que nous vous accueillons et vous accompagnons, avec exigence et simplicité, pour que vos chiffres deviennent des décisions, et vos décisions des réussites.

SOMMAIRE

CHAP 1

Stratégie et alignement du projet
: poser les fondations

p.4 - p.7

CHAP 2

Donner vie à ton projet : choisir le
bon cadre et se lancer

p.8 - p.14

CHAP 3

Rendre ton entreprise visible :
apprendre à te faire connaître
simplement

p.15 - p.20

CHAP 4

J'ai ma société, maintenant
comment ça marche ?

p.21 - p.26

CHAP 5

Piloter son activité :
comprendre, suivre et ajuster

p.27 - p.32

CHAP 1 -

Stratégie et alignement du projet
: poser les fondations

ET SI ON SE LANÇAIT ?

Se lancer, c'est grisant. Mais avant de foncer tête baissée, il faut s'assurer que ton projet est bien aligné. Aligner quoi ? **Ton pourquoi, ton modèle économique, tes ressources, et ta capacité à tenir dans la durée.** Parce qu'entre une idée et une entreprise qui dure, il y a un pont : et ce pont, c'est la stratégie.

a. Le "Pourquoi" : ton carburant

Avant de parler chiffres, statuts ou business plan, il faut revenir à l'essentiel : **pourquoi tu te lances.** Pas "pourquoi pas", pas "parce que c'est le moment", mais le vrai **pourquoi**, celui qui donne du sens, de la direction, et surtout de l'endurance.

L'argent, la liberté ou le besoin de reconnaissance ne suffisent jamais seuls à tenir dans la durée. Les entrepreneurs qui traversent les tempêtes ont un point commun : **ils savent pourquoi ils se lèvent chaque matin.** Leur moteur n'est pas seulement économique, il est identitaire.

Ton "pourquoi", c'est ton **cap intérieur.** C'est ce qui te guide quand les résultats tardent, que la charge mentale pèse, ou que les doutes s'inventent. Il ne t'empêche pas de douter, mais il t'évite de renoncer.

Au début, tu parles d'indépendance. À la fin, tu parles **de valeur, d'accomplissement et de sens.** C'est ça ton vrai moteur.

Cette méthode, simple mais puissante, t'aide à ne pas te tromper de combat. Quand ton "pourquoi" est clair et profond, toutes tes décisions s'alignent naturellement.

b. Le Business Model : ton mode d'emploi

Ton business model, c'est la carte de ton projet. Il explique **comment ton idée crée de la valeur** et comment cette valeur se transforme en revenus concrets. En clair, c'est la logique économique de ton entreprise.

Pas besoin de jargon : un business model solide, c'est une histoire qui tient debout. Si tu mets plus de trois minutes à l'expliquer, c'est qu'il est encore flou.

Pose-toi quatre questions simples :

1. **À qui** tu t'adresses (ta clientèle cible).
2. **Quoi**, ce que tu proposes (ta promesse, ton produit, ton service).
3. **Comment** tu le délivres (ta méthode, ton organisation, tes outils).
4. **Combien** tu gagnes et comment (prix, marge, récurrence, modèle de revenus).

Un bon business model est celui qui relie ces quatre axes avec cohérence. Il ne s'agit pas juste de vendre, **mais de comprendre pourquoi ton offre apporte une vraie solution** et à quel prix elle reste rentable.

ASTUCE OCTOBRE

Quand tu crois avoir trouvé ton "pourquoi", ne t'arrête pas là, creuse.

Chez Octobre, on aime appliquer **la règle des 5 "Pourquoi"** : poser cinq fois de suite la même question pour aller chercher la vraie raison, celle qui se cache sous la surface.

Exemple :

- Pourquoi je veux créer mon entreprise ?
> **Pour être indépendant.**
- Pourquoi je veux être indépendant ?
> **Pour choisir mes projets.**
- Pourquoi je veux choisir mes projets ?
> **Pour faire des choses qui ont du sens.**
- Pourquoi c'est important pour moi ?
> **Parce que j'ai besoin de liberté.**
- Pourquoi la liberté me motive ?
> **Parce que je veux avoir un impact, à ma manière.**

ASTUCE OCTOBRE

Ton business model doit vivre, pas s'encadrer. Teste, ajuste, fais-le évoluer avec le terrain. **Les modèles parfaits n'existent pas, mais ceux qui s'adaptent durent.**

Chez Octobre, on challenge souvent le modèle économique avec les porteurs de projet : est-il viable, aligné avec leurs valeurs ?

Parce qu'un bon business model, **ce n'est pas seulement ce qui marche... c'est ce qui te ressemble.**

c. Les Challenges Personnels : ton endurance

Créer son entreprise, c'est avant tout une aventure humaine. Et comme toute aventure, elle demande de l'endurance.

Tu ne cours pas un sprint, tu démarres un marathon. La différence, c'est que tu ne connais pas encore la distance, ni le dénivelé.

L'entrepreneuriat met à l'épreuve **ton temps, ton énergie, ton entourage et ton équilibre personnel**. Tu feras face à des doutes, à des moments d'isolement, à la fatigue ou à la peur de l'échec. C'est normal. Le courage, ce n'est pas de ne jamais douter, c'est d'apprendre à avancer quand même.

Les entrepreneurs qui tiennent ne sont pas forcément les plus brillants ou les mieux financés : ce sont ceux qui savent **s'écouter, s'organiser et s'entourer**.

Pose-toi dès le départ quelques questions honnêtes :

- Quelle place ce projet prend-il dans ma vie personnelle ?
- Comment vais-je préserver mon énergie dans la durée ?
- De quoi ai-je besoin pour rester motivé(e) ?
- Quelles compétences me manquent, et qui peut m'aider à les combler ?

ET SI ÇA SE FAISAIT ?

Avant de chiffrer ton prévisionnel, il faut savoir **dans quel terrain de jeu tu entres**. Un bon projet ne vit pas dans le vide : il s'inscrit dans un marché, avec ses acteurs, ses tendances, ses prix et ses attentes. Connaître ta concurrence, ce n'est pas pour copier, c'est pour te situer.

a. Comprendre son marché : connaître le terrain avant de tracer la route

Analyse ton environnement

Qui fait déjà ce que tu veux faire ? À quel prix ? Avec quelle approche ? Qu'est-ce qui marche bien chez eux, et qu'est-ce que tu pourrais faire différemment ou mieux ?

Tu ne cherches pas à te battre contre les autres, mais à trouver ta place : ton angle, ton style, ta valeur ajoutée.

Cette réflexion nourrit directement ton prévisionnel, elle te permet de :

- **Calibrer tes tarifs**, en restant compétitif sans te brader ;
- **Évaluer ton volume potentiel de clients**, selon la taille du marché ;
- **Anticiper les saisons creuses ou les pics d'activité**, selon ton secteur.

b. Le prévisionnel : transformer une idée en plan de route

Avoir une idée, c'est bien. Savoir combien elle coûte, combien elle peut rapporter et à quel rythme, c'est encore mieux. **Le prévisionnel, c'est la traduction chiffrée de ton projet**. Il te force à sortir du rêve pour entrer dans la réalité : combien tu dois vendre pour vivre, quels seront tes coûts fixes, ta marge, ton point d'équilibre.

Ce n'est pas un exercice de devin, **c'est un outil de pilotage**. Il te permet de visualiser où tu vas, d'ajuster tes choix et de convaincre ton banquier ou tes partenaires.

ASTUCE OCTOBRE

Chez Octobre, on ne parle pas seulement **de chiffres, mais aussi d'équilibre**.

Un projet **solide repose sur un dirigeant solide**.

On t'aide à calibrer ton rythme, à te fixer des étapes réalistes et à garder du recul sur ce que tu construis. Un entrepreneur épuisé, c'est un projet fragilisé.

ASTUCE OCTOBRE

Ne cherche pas des études compliquées. Commence simple : observe, échange, compare.

Une journée à appeler ou rencontrer des concurrents, c'est souvent plus utile qu'un rapport de 50 pages.

CHAPITRE 1

Concrètement, ton prévisionnel repose sur trois blocs :

- **Ton chiffre d'affaires estimé (marge également)** (nombre de ventes x prix moyen)
- **Tes charges fixes et variables** (abonnements, salaires, loyers, achats, etc.)
- **Ton besoin de trésorerie** (le décalage entre ce que tu encaisses et ce que tu paies)

c. S'entourer des bons alliés : l'écosystème qui fait grandir ton projet

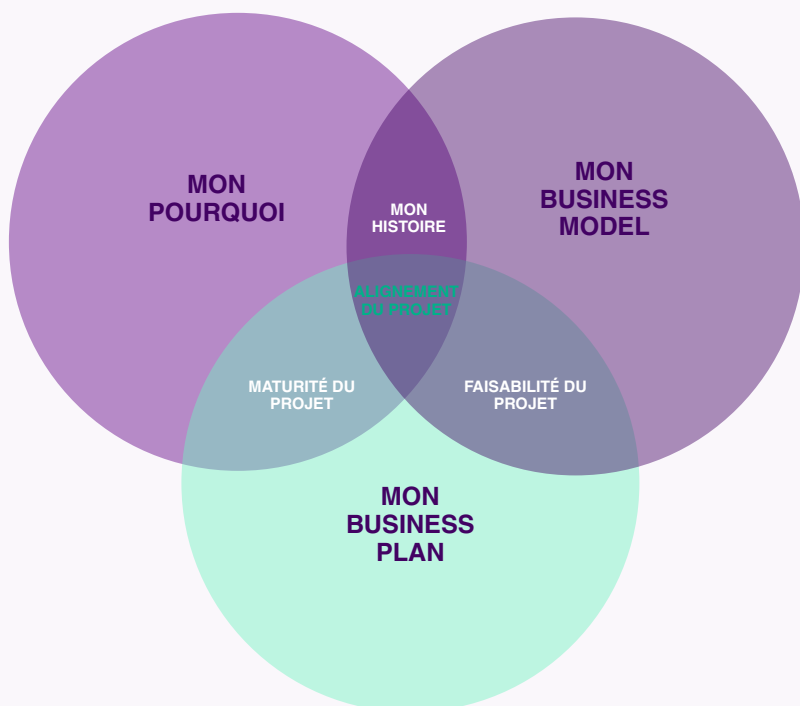
Se lancer ne veut pas dire avancer seul. Autour de toi existe **un véritable écosystème** prêt à t'aider, te financer, t'orienter et t'ouvrir des portes. Un projet isolé s'essouffle vite, un projet bien entouré avance plus loin et plus vite.

Les partenaires extérieurs sont là pour compléter ce que tu n'as pas encore : expérience, réseau, financement ou structure.

Parmi eux :

- **BPI France**, pour soutenir l'innovation, les premiers investissements ou les besoins en trésorerie de démarrage.
- **France Active**, si ton projet porte une dimension sociale ou si tu cherches à obtenir une garantie bancaire pour rassurer ton banquier.
- **Les CCI** (Chambres de Commerce et d'Industrie), qui proposent formations, permanences et ateliers pratiques pour structurer ton lancement.
- **Les incubateurs, pépinières et réseaux locaux d'entrepreneurs**, parfaits pour échanger, t'inspirer et tester tes idées dans un environnement stimulant.

L'ALIGNEMENT DE PROJET



ASTUCE OCTOBRE

Au lieu de te perdre dans des tableaux complexes, travaille sur un modèle simple et vivant. On le construit souvent ensemble, on te challenge pour arriver à un "go" "non go" du projet une fois qu'il est mûre.

ASTUCE OCTOBRE

Ne vois pas ces partenaires comme des institutions lointaines, mais comme des leviers stratégiques.

Beaucoup ignorent qu'ils peuvent débloquer des aides, bénéficier d'un accompagnement gratuit ou d'un prêt à taux zéro simplement en frappant à la bonne porte.

ET MAINTENANT ? PASSER DE L'IDÉE À L'ACTION

Tu as posé les fondations : ton “pourquoi” est clair, ton modèle économique tient la route, ton prévisionnel trace le chemin, et tu sais vers qui te tourner pour t’entourer.

Ton projet commence à exister, non plus comme une idée, mais comme une structure vivante. C’est la première étape : celle de la vision alignée.

Mais une entreprise ne se construit pas que sur une feuille. Elle prend vie quand tu passes à l’action : quand tu choisis ta forme juridique, que tu rédiges ton premier devis, que tu signes ton premier client.

Le chapitre 2 t’emmène dans cette phase concrète : le lancement.

- **Comment créer officiellement ta société ?**
- **Comment choisir le bon statut ?**
- **Comment cadrer ton projet sans t’enfermer dans l’administratif ?**

C’est le moment où ton idée devient une entreprise.

Alors, maintenant que le plan est clair... si on se lançait pour de vrai ?



CHAP 1 -

Stratégie et alignement du projet : poser les fondations

CHAP 2 -

Donner vie à ton projet : choisir le bon cadre et se lancer

CHAP 3 -

Rendre ton entreprise visible : apprendre à te faire connaître simplement

CHAP 4 -

J’ai ma société, maintenant comment ça marche ?

CHAP 5 -

Piloter son activité : comprendre, suivre et ajuster

CHAP 2 -

Donner vie à ton projet : choisir
le bon cadre et se lancer

PLACE À LA CONCRÉTISATION DE TON PROJET

Tu as l'idée, tu as le plan, tu as la motivation. Maintenant, place à la concrétisation. **Créer son entreprise, c'est comme passer de la carte au terrain : on sort du concept pour entrer dans le concret.** C'est l'étape où ton projet prend une forme juridique, une existence légale, un numéro SIREN. Bref, où il devient **réel**.

Mais attention, se lancer ne veut pas dire foncer sans réfléchir. Le choix du **statut juridique, du régime fiscal et du mode d'immatriculation va influencer ton quotidien, ta rémunération, ta responsabilité, et même ton rapport à la croissance.**

L'objectif de ce chapitre est simple : te donner les clés pour faire **les bons choix dès le départ**, sans te perdre dans le jargon administratif. Tu vas comprendre les différences entre les statuts, savoir lequel correspond à ton profil et à ton projet.

En clair, tu passes du **“je veux entreprendre” au “j'entreprends vraiment”**.

NOTE OCTOBRE

Le cadre juridique est déjà choisi lors de l'élaboration des business plan car il joue grandement sur le prévisionnel : assimilé salarié ou travailleur non salarié gérant n'auront pas la même structure de coût par exemple.

Statut	Responsabilité du dirigeant	Fiscalité	Statut social	Capital à apporter	Quand c'est adapté
Micro-entreprise	Tu es responsable sur ton patrimoine perso (même si ta résidence principale est protégée)	Impôt sur le revenu, calculé de façon simplifiée sur ton chiffre d'affaire	Travailleur indépendant (cotisations calculées sur ton CA)	Pas de capital minimum	Tester une activité, freelances, petits volumes, activités complémentaires
Entreprise Individuelle (EI)	Tu es confondu avec ton entreprise, mais ton patrimoine perso est mieux protégé qu'avant (sauf grosses dettes fiscales/sociales)	Par défaut à l'impôt sur le revenu (possible option IS)	Travailleur non salarié (TNS), cotisations calculées sur ton bénéfice ou ta rémunération	Pas de capital minimum	Quand tu veux aller au-delà de la micro, avec plus de charges, investissements
EUURL / SARL	Responsabilité limitée au montant de tes apports (ton patrimoine perso est protégé sauf faute de gestion)	Par défaut à l'impôt sur le revenu (possible option IS)	Gérant majoritaire SARL = TNS (cotisations moins lourdes mais moins de protection sociale)	À partir de 1 € symbolique, mais en pratique il faut un vrai capital pour être crédible auprès des banques et partenaires	Quand tu veux créer avec des associés, avoir une vraie crédibilité bancaire, accueillir des investisseurs, ou prévoir une croissance solide
SASU / SAS	Responsabilité limitée au montant de tes apports (ton patrimoine perso est protégé sauf faute de gestion)	Par défaut à l'IS (impôt sur les sociétés), avec possibilité d'opter pour IR sous conditions	Président SAS = assimilé salarié (meilleure protection sociale mais cotisations plus chères)	À partir de 1 € symbolique, mais en pratique il faut un vrai capital pour être crédible auprès des banques et partenaires	Quand tu veux créer avec des associés, avoir une vraie crédibilité bancaire, accueillir des investisseurs, ou prévoir une croissance solide

a. Micro-entreprise ou société : une question de structure

Avant même de parler fiscalité, tu dois choisir la **structure** qui va porter ton projet. C'est un peu comme choisir le bon véhicule : tu peux démarrer en scooter ou directement en 4x4, les deux t'emmènent quelque part, mais pas sur le même terrain.

La micro-entreprise, c'est la voie rapide pour se lancer.

Tu declares ton chiffre d'affaires, paies tes cotisations, et c'est parti. Pas de bilan, pas de comptabilité lourde, pas d'administratif envahissant. Mais attention, c'est un cadre limité (plafond de chiffre d'affaires, charges non déductibles, pas de distinction entre ton argent et celui de ton activité).

C'est parfait pour **tester une idée, une activité annexe ou un lancement progressif**, mais vite contraignant dès que ton projet décolle.

La société, elle, c'est la version construite et pérenne. Elle **crée une entité juridique distincte, sépare ton patrimoine personnel**, te permet de t'associer, d'embaucher, d'investir et d'organiser ta rémunération. C'est plus structurant, mais aussi plus protecteur. Les sociétés les plus courantes au démarrage sont la SASU (président assimilé salarié) et l'EURL (gérant travailleur indépendant).

b. Le choix du régime fiscal et social : comprendre l'impact concret sur ton revenu

Micro, réel, IS : derrière ces mots, des logiques différentes

Ces trois régimes fiscaux, c'est un peu comme trois vitesses de développement. Le bon choix dépend de ton activité, de ton niveau de chiffre d'affaires, et de ta vision à moyen terme.

Le régime micro (micro-entrepreneur)

C'est le plus simple : tu declares ton chiffre d'affaires, l'administration applique un abattement forfaitaire (pour représenter tes charges), et tu paies tes cotisations et ton impôt sur cette base. Pas de comptabilité lourde, pas de bilan, mais aussi pas de déduction réelle de tes frais. C'est idéal pour tester ton activité, mais vite limitant si tu veux investir ou salarier.

Le régime réel : je dépasse les seuils de la micro entreprise.

Ici, tu passes à une gestion plus "entrepreneuriale". Tu declares tes recettes moins tes vraies charges, ce qui permet d'optimiser ton résultat et donc ton impôt. C'est un peu plus technique, mais bien plus juste si tu as des dépenses régulières (loyers, matériel, sous-traitance, véhicule...).

L'impôt sur les sociétés (IS)

C'est la logique des sociétés (EURL, SASU, SARL, SAS...). L'entreprise paie d'abord son impôt sur ses bénéfices, puis tu te verses une rémunération ou des dividendes, imposés séparément. Ce régime offre plus de souplesse : tu peux laisser des bénéfices dans la société pour investir, lisser ta fiscalité, ou te rémunérer plus finement selon ton évolution.

Ton statut social : indépendant ou assimilé salarié ?

Au moment de créer ta structure, tu ne choisis pas seulement un cadre juridique : tu choisis aussi ton statut social, c'est-à-dire la manière dont tu es protégé et rémunéré. Deux grands modèles coexistent : le travailleur non salarié (TNS) et l'assimilé salarié.

Le travailleur non salarié (TNS)

C'est le statut du gérant majoritaire de SARL ou d'EURL. Il dépend du régime de la Sécurité sociale des indépendants. Ses cotisations sont plus faibles (environ 40 à 45 % du revenu net), ce qui te laisse davantage de trésorerie. Mais la contrepartie, c'est une protection sociale plus limitée : indemnités journalières plus basses, pas de couverture chômage, retraite moins avantageuse sans complémentaire. C'est le bon compromis pour les activités stables et les dirigeants qui veulent optimiser leur revenu dès le départ.

ASTUCE OCTOBRE

Chez Octobre, **on choisit la structure en fonction du projet, pas de la tendance**. Micro pour tester, société pour construire.

L'idée, c'est de ne pas te suréquiper trop tôt... mais de ne pas rester trop longtemps dans un cadre qui freine ta croissance.

ASTUCE OCTOBRE

Choisis ton régime non pas pour payer "le moins possible", **mais pour coller à ta stratégie**. Un micro, c'est léger mais temporaire. Un réel, c'est plus précis et pérenne. Un IS, c'est l'outil de ceux qui veulent construire et piloter dans la durée.

ASTUCE OCTOBRE

Attention aux seuils de la micro-entreprise : ils ne sont pas là pour t'enfermer, mais pour te prévenir. Beaucoup d'entrepreneurs dépassent le plafond sans l'avoir anticipé, et se retrouvent à devoir changer de régime dans l'urgence, sans préparation.

Chez Octobre, on t'aide à **ne pas subir cette transition, mais à la construire**.

L'idée n'est pas de rester "petit" pour rester simple, mais de faire évoluer ta structure au bon moment, avec une société adaptée à ton rythme de croissance.

ASTUCE OCTOBRE

Chaque projet pose son **jalon de départ**, et c'est ce jalon qui détermine le bon cadre.

Chez Octobre, on ne choisit pas une **SARL** ou une **SAS** par habitude, mais selon la **nature du projet, son rythme de développement et ses besoins réels**. Une activité stable, familiale ou artisanale s'exprime souvent mieux en **SARL**, avec une gestion plus cadrée et un lien fort entre les associés. Un projet évolutif, ouvert à la croissance, au partenariat ou à l'investissement s'épanouit plutôt en **SAS**, plus souple et moderne dans sa gouvernance. L'important, c'est de **calibrer ton cadre juridique sur ton ambition**, pas sur une case préremplie.

L'assimilé salarié

C'est le statut du président de SAS ou de SASU. Tu cotises au régime général, comme un salarié (hors assurance chômage). Tes cotisations sont plus élevées (autour de 70 à 80 % du salaire net), **mais tu bénéficies d'une meilleure protection sociale**, notamment en cas de maladie ou de maternité. C'est un choix souvent privilégié pour les projets à forte croissance, les structures avec investisseurs ou les dirigeants qui veulent une couverture complète.

c. Et quand on est plusieurs, comment ça marche ?

Le pacte d'associés : aligner les intentions avant de partager le capital

Créer une entreprise à plusieurs, c'est comme partir en cordée : au début, tout le monde regarde le sommet, motivé et plein d'élan. Mais une fois sur la paroi, les visions peuvent diverger, les efforts se déséquilibrer... et sans cadre clair, la corde peut se tendre dangereusement.

C'est là qu'intervient le pacte d'associés. Ce document, souvent négligé au démarrage, est pourtant la clé d'un partenariat durable. Il fixe les règles du jeu : comment on entre, comment on sort, comment on décide, comment on se protège.

Son objectif, assurer que les associés partagent la même vision et que les conflits se règlent avant d'exister.

Le pacte permet notamment de :

- **Définir le rôle et l'implication de chacun ;**
- **Encadrer la répartition du capital et les droits de vote ;**
- **Organiser la sortie d'un associé (rachat, départ, décès, désaccord) ;**
- **Prévoir des clauses de non-concurrence ou de confidentialité ;**
- **Éviter les blocages dans les prises de décision.**

Sans pacte, tout repose sur la confiance. **Et la confiance, aussi forte soit-elle, ne remplace jamais un cadre juridique clair.**

Chez Octobre, on réalise ces pactes **en interne**, directement avec les dirigeants concernés.

Pourquoi ? Parce qu'un pacte doit être à la fois **technique et humain**. Il ne se rédige pas uniquement avec des clauses, mais avec une compréhension fine des dynamiques du groupe, des rôles, des ambitions et des valeurs. Nous cadrans le dialogue, rédigeons le document et l'ajustons jusqu'à ce qu'il reflète la réalité du projet - pas un modèle générique. Le but est la recherche de l'alignement parfait du projet.

d. L'immatriculation : faire exister ton entreprise légalement

Ton entreprise commence vraiment à exister à partir du moment où elle est immatriculée. Avant ça, ton projet est une idée, un PowerPoint, ou un carnet de notes. Après, il devient une personne juridique à part entière, avec un numéro SIREN, des droits et des obligations.

Chez Octobre, **cette phase est entièrement encadrée par le cabinet, en lien direct avec nos partenaires avocats spécialisés.**

Notre rôle, c'est de te garantir un formalisme irréprochable, **respecté dans les délais et sans coquilles :**

- Les statuts sont adaptés à ton projet et validés juridiquement ;
- Les documents sont déposés correctement sur le guichet unique ;
- Ton dossier est suivi jusqu'à la réception de ton Kbis.

Cela te permet de **gagner du temps**, d'éviter les erreurs classiques (mauvais objet social, clause manquante, capital mal déposé...), et surtout de te concentrer sur ce qui compte : ton lancement.

ASTUCE OCTOBRE

La précarité du travailleur indépendant, souvent pointée du doigt, se compense très bien si elle est anticipée. **Un gérant bien protégé**, c'est un gérant qui s'équipe d'un **contrat Madelin, d'une mutuelle solide et d'une prévoyance adaptée.**

Ces dispositifs te permettent de bâtir ta propre sécurité sociale sur mesure, parfois même plus efficace que celle d'un salarié. En clair : la liberté a un prix, mais elle se protège très bien quand on la structure avec intelligence.

ASTUCE OCTOBRE

Un bon pacte, ce n'est pas un outil de méfiance, **c'est un outil de clarté**. Il protège les relations avant qu'elles ne s'abîment, en mettant les intentions de chacun noir sur blanc.

ASTUCE OCTOBRE

L'immatriculation, c'est souvent **la première vraie barrière administrative que rencontre un entrepreneur.**

Rédaction des statuts, choix des clauses, dépôt du capital, déclaration des bénéficiaires effectifs... autant d'étapes techniques où **la moindre erreur peut retarder l'obtention du Kbis, voire t'obliger à tout recommencer.**

LE PARCOURS TYPE POUR CRÉER UNE SOCIÉTÉ



1. PROJETS DE STATUTS

Les statuts, ce sont les “**règles du jeu**” de ton entreprise : qui décide quoi, comment on partage les bénéfices, comment on fait entrer ou sortir un associé.

2. OUVERTURE D'UN COMPTE BANCAIRE PROVISOIRE

Pour déposer le capital de départ, ça peut être 1 € symbolique, mais si tu veux convaincre une banque, ou un partenaire sérieux, mieux vaut un capital un peu plus solide.



4. SIGNATURE ET DÉPÔT DES STATUTS

Une fois que tout est en ordre, tu signes les statuts définitifs et tu les transmets via le guichet unique.



3. DÉPÔT DU CAPITAL

La banque ou le notaire bloque ton argent et te remet une attestation de dépôt des fonds. C'est ce document qui permet de finaliser les statuts.



5. OBTENTION DU KBIS

Quelques jours plus tard, le Greffe te délivre ton extrait Kbis. C'est la carte d'identité officielle de ton entreprise. À partir de là, elle existe.



6. OUVERTURE DU "VRAI" COMPTE BANCAIRE

Tu retournes voir ta banque avec ton Kbis. Ton compte professionnel est ouvert, ton capital est débloqué, et si tu as demandé un financement (prêt bancaire, subvention), c'est le moment où les fonds sont versés



e. Et après ? l'assemblée générale : ton rendez-vous de gouvernance

Une **Assemblée Générale (AG)**, c'est une réunion obligatoire entre les associés (ou toi seul, si tu es associé unique) pour prendre les décisions importantes de la société. Elle fait partie de la vie normale d'une entreprise : elle marque les grands moments, comme l'approbation des comptes, les changements de direction, ou les modifications statutaires.

Deux types d'assemblées :

L'Assemblée Générale Ordinaire (AGO) : c'est la réunion annuelle. Elle sert à approuver les comptes, décider de l'affectation du résultat (dividendes ou réserves) et valider la gestion du dirigeant.

L'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) : elle est convoquée quand il faut modifier les statuts (changement de capital, d'objet social, de siège, etc.).

Où et comment la faire ? Tu peux la tenir **au siège social** ou dans tout autre lieu mentionné dans la convocation. Si tu es associé unique (cas de SASU ou EURL), tu n'as pas besoin d'organiser une réunion : **tu rédiges simplement un procès-verbal de décision de l'associé unique**. Ce document est ensuite conservé dans ton registre d'assemblées et, dans certains cas, déposé au greffe.

ASTUCE OCTOBRE

Chez Octobre, on prépare **les procès-verbaux et la documentation annuelle** avec toi.

L'objectif : que ton entreprise reste à jour sur le plan juridique sans que tu te noies dans la paperasse. Une société à jour, c'est une société crédible auprès des banques, des investisseurs et de l'administration.

FAQ DU LANCEMENT

(entendu pour la création de plus de 100 clients chez Octobre)



“Est-ce que je peux me lancer sans mettre d'argent ?”

Oui... mais pas toujours malin. En micro ou en EI, pas besoin de capital. En société, il faut en déposer un (même symbolique). Mais ton capital, c'est aussi ton premier message de sérieux. Tu veux convaincre ta banque ou un partenaire ? Montre que tu mets un peu de peau dans le jeu.



“Le Kbis, ça sert à quoi exactement ?”

À tout. **C'est ta carte d'identité officielle**. La banque te le demande, ton bailleur te le demande, certains clients te le demanderont. **Garde-le précieusement, en version papier et numérique.**

“Combien de temps pour obtenir mon Kbis ?”



Avec **un dossier complet**, ça va vite : une semaine environ. Le plus long, ce n'est pas l'administration, c'est souvent la mise en place des statuts ou le dépôt du capital.



“Est-ce que je dois ouvrir un compte bancaire professionnel ?”

Si tu crées une société, **c'est obligatoire**. En micro ou en EI, ce n'est pas toujours exigé, mais crois-nous : c'est le **meilleur moyen de garder tes finances claires**. Mélanger perso et pro, c'est la porte ouverte aux galères.

CHAPITRE 2

“Et si je me plante, je fais quoi ?”



Ça arrive. Fermer une société ou arrêter une activité est possible. L'important, c'est d'avoir **bien choisi ta structure au départ pour limiter les risques perso**. Chez Octobre, on préfère t'éviter la casse avant qu'elle n'arrive, en challengant ton projet dès le prévisionnel.



“J'ai besoin d'un bail commercial tout de suite ?”

Pas forcément. Beaucoup d'activités peuvent **commencer à domicile ou en coworking**. Un bail, c'est un engagement lourd (durée, charges, conditions de sortie). Si tu n'es pas sûr de ton volume d'activité, commence plus léger.

“La paperasse, c'est moi qui dois tout faire ?”



Non. Il existe des plateformes en ligne, mais aussi des cabinets comme Octobre qui **t'accompagnent pour sécuriser la démarche**. L'important, c'est que tu comprennes ce que tu signes, pas que tu deviennes expert de l'administratif.

“Je choisis quoi entre SARL et SAS ?”



Chez Octobre, on répond toujours la même chose : **les deux protègent ton patrimoine**. La vraie différence se joue surtout sur ton statut social en tant que dirigeant.

- **En SARL** : si tu es gérant majoritaire, tu es **Travailleur Non Salarié (TNS)**. Tes cotisations sont plus faibles, donc ça coûte moins cher à ton entreprise. En contrepartie, ta protection sociale est plus limitée (santé, retraite, prévoyance).

Mais pas de panique : chez Octobre, on a des partenaires qui t'accompagnent pour compléter cette protection à moindre coût (mutuelle, prévoyance, retraite supplémentaire). C'est une solution souvent très efficace pour garder un bon équilibre entre charges réduites et sécurité.

- **En SAS** : le président est **Assimilé Salarié**. Les cotisations sont plus élevées (donc plus cher pour l'entreprise), mais tu bénéficies d'une protection plus large et automatique : couverture santé, retraite et prévoyance proches de celles d'un cadre salarié. Moins de choses à gérer à côté, mais un vrai coût supplémentaire.

En résumé :

Chez Octobre, le statut que l'on voit le plus souvent choisi est la **SARL ou l'EUURL en TNS**.

Pourquoi ? Parce qu'il est **moins coûteux pour l'entreprise** et laisse une marge de manœuvre pour piloter sa protection sociale intelligemment.

Exemple concret :

Un dirigeant qui vise 2 000 € nets par mois :

- En SAS (assimilé salarié), **ça coûte environ 3 800 € à l'entreprise**.
- En SARL (TNS), **ça coûte environ 3 000 €**. La différence (près de 800 € chaque mois) peut être utilisée pour renforcer la protection avec des solutions ciblées... tout en gardant un gain pour l'entreprise.

DE L'ACTION À L'EXISTENCE

Tu as posé les fondations, choisi ta structure, défini ton cadre légal. Ton entreprise existe officiellement : elle a un nom, un numéro SIREN, une identité juridique.

Mais pour qu'elle vive vraiment, il faut maintenant qu'on la voie, qu'on l'entende, qu'on la reconnaisse.

Une entreprise sans communication, c'est un peu comme une boutique sans enseigne : elle a tout à l'intérieur, mais personne ne pousse la porte. **C'est le moment de faire savoir ce que tu fais, à qui tu t'adresses, et pourquoi tu le fais bien.**

Le Chapitre 3 t'apprend à te rendre visible, simplement et efficacement.

Pas besoin d'un plan marketing ou d'un budget pub : juste de clarté, de cohérence et d'un peu d'audace. Parce qu'**une entreprise qui sait se présenter avec justesse inspire confiance** avant même le premier rendez-vous.

- **Tu as créé ton entreprise.**
- **Il est temps maintenant de la faire exister dans le regard des autres.**



CHAP 1 -

Stratégie et alignement du projet : poser les fondations



CHAP 2 -

Donner vie à ton projet : choisir le bon cadre et se lancer



CHAP 3 -

Rendre ton entreprise visible : apprendre à te faire connaître simplement



CHAP 4 -

J'ai ma société, maintenant comment ça marche ?



CHAP 5 -

Piloter son activité : comprendre, suivre et ajuster

CHAP 3 -

Rendre ton entreprise visible :
apprendre à te faire connaître
simplement

RACONTER L'HISTOIRE DE SON ENTREPRISE

Raconter une histoire, c'est ce qui donne une âme à ton entreprise. Quand on n'a rien à raconter, on est vide. Et une entreprise sans histoire, c'est une entreprise sans vie. La communication, ce n'est pas un outil marketing, **c'est une mise en lumière**. C'est ce qui transforme ton savoir-faire en histoire, ton expérience en message, ta personnalité en marque. Elle **ne sert pas seulement à "faire connaître" ton entreprise, mais à donner envie de la connaître**.

Chaque mot, chaque image, chaque interaction construit ton univers. Les gens n'achètent pas seulement un produit ou un service, ils achètent **une histoire dans laquelle ils se reconnaissent**. Et cette histoire, c'est à toi de la raconter : pourquoi tu fais ce métier, ce que tu veux transmettre, comment tu le fais différemment.

"Communiquer, c'est valoriser ton entreprise sans artifice. C'est attirer par ton savoir-faire, **mais surtout par ton savoir-être**. Parce qu'une entreprise qui **parle avec sincérité et cohérence finit toujours par trouver son public.**"

a. Dire qui tu es et ce que tu fais : savoir-être, savoir-faire

Avant de parler de ton entreprise, **il faut savoir parler de toi**. Pas de manière égocentrée, mais **avec authenticité**. Les gens n'achètent pas seulement ce que tu fais, ils achètent **la façon dont tu le fais et la personne qui le fait**.

Ton savoir-faire, c'est ton métier : tes compétences, ton expérience, ta technique, ce que tu livres concrètement.

Ton savoir-être, c'est ta signature : ta manière de travailler, ton ton, ta posture, ta façon d'écouter et d'accompagner. C'est ce qui donne une âme à ton service et qui crée la confiance.

Pose-toi trois questions simples :

- **Qu'est-ce que je fais mieux ou différemment ?**
- **Pourquoi mes clients me choisiraient, moi ?**
- **Quelle valeur j'apporte au-delà du prix ?**

En répondant à ces questions, tu poses les bases de ton message : celui qui fera que ton entreprise ne sera pas "une de plus", mais "celle qu'on recommande".

Trouver ton message : en une phrase, expliquer ce que tu apportes
(à la recherche de ta baseline)

Ta baseline, c'est **la petite phrase qui dit tout de toi**. C'est la version courte, claire et percutante de ton projet. Elle ne décrit pas ton activité, elle exprime **ta promesse, ce que tu apportes concrètement à ceux qui te choisissent**.

ASTUCE OCTOBRE

Chez Octobre, on t'aide à aligner ton discours avec ton identité.

Une communication juste ne cherche pas à en faire trop, **elle cherche à être vraie**. Ce n'est pas une question de volume mais de cohérence : **être toi-même, partout, tout le temps**.

CHAPITRE 3

Une bonne baseline répond à trois critères :

1. **Elle est compréhensible** (pas de jargon)
2. **Elle est mémorisable** (courte, fluide, directe)
3. **Elle est vraie** (elle te ressemble et ne survend pas)

C'est le fil rouge de ta communication : on la retrouve sur ton site, ta carte de visite, ton profil pro. Elle doit dire en une ligne **pourquoi tu es utile et ce qui te rend unique**.

Quelques exemples :

- Octobre : "L'accompagnement autrement."
- Un photographe : "Capturer vos moments, révéler vos émotions."
- Une fleuriste : "Des bouquets qui racontent une histoire."
- Un coach sportif : "Bouger mieux pour vivre mieux."

Identifier à qui tu t'adresses : ton client idéal

Tu ne peux pas parler à tout le monde. Et si tu essaies, tu risques de ne toucher personne.

Une communication efficace, c'est celle qui s'adresse à quelqu'un de précis, pas à "tout le monde en général". Ton client idéal, c'est la personne qui comprend naturellement ton message, qui a besoin de ce que tu proposes et qui adhère à ta manière de le faire. C'est celui ou celle avec qui tu aimes travailler, et pour qui ton savoir-faire fait vraiment la différence.

Pour le définir, pose-toi quelques questions simples :

- **Qui** sont mes meilleurs clients aujourd'hui (ou ceux que je veux attirer) ?
- **Qu'est-ce qu'ils recherchent** vraiment quand ils viennent me voir ?
- **Quels problèmes** je résous pour eux ?
- **Où et comment** ces personnes s'informent, communiquent, achètent ?

Tu verras que derrière chaque profil, **il y a une logique** : le client pressé, le client curieux, le client exigeant, le client qui cherche à être rassuré.

Ton discours doit s'adapter à leurs besoins réels, pas à des stéréotypes.

Trouver ton positionnement: pro, simple, proche, drôle... choisis ton style

Le positionnement, **c'est la voix de ton entreprise**. Ce n'est pas seulement ce que tu dis, mais **la manière dont tu le dis**. C'est ce qui fait qu'on te reconnaît avant même de lire ton nom. Certains choisissent un ton **professionnel et rassurant**, d'autres préfèrent un **style humain et accessible**, ou encore **dynamique et créatif**. Il n'y a pas de bon ou de mauvais ton : **il y a celui qui te ressemble et plaît à ton public**.

Un artisan local n'aura pas le même positionnement qu'un cabinet d'avocats, et c'est normal. Mais tous deux doivent inspirer la même chose : la confiance.

Le bon positionnement, c'est celui qui :

- **Reflète ta personnalité,**
- **Parle le langage de tes clients,**
- **Reste cohérent sur tous tes supports (site, devis, mails, réseaux).**

ASTUCE OCTOBRE

Pour trouver ta baseline, commence par cette phrase :

"Mon client vient me voir pour..."

Et termine-la naturellement. Quand tu arrives à une **réponse simple, fluide et sincère**, tu tiens déjà ton message clé.

ASTUCE OCTOBRE

On dit souvent qu'un bon message, c'est comme une clé : **il n'ouvre qu'une porte, mais il l'ouvre bien**.

Chez Octobre, on t'aide à **identifier le bon client pour ton projet**, celui qui comprend ta valeur sans que tu aies besoin de la justifier.

ASTUCE OCTOBRE

Ton positionnement, c'est ta musique.

Chez Octobre, **on t'aide à l'accorder** : ni trop formel, ni trop familier, juste juste. **Le secret, c'est la cohérence** : ton message, ton attitude et ton image doivent jouer la même mélodie.

SOIGNER TON IMAGE

Ton image, c'est ta première impression. Avant même qu'un client te parle, il a déjà une idée de toi : ton logo, ton site, ton mail, ton devis... tout ce qu'il voit parle à ta place. Et dans un monde où tout se compare en quelques secondes, une image claire et cohérente fait la différence entre "ça inspire confiance" et "je ne suis pas sûr".

a. Crée ton logo et tes couleurs

Ton logo, c'est le visage de ton entreprise. Ce n'est pas juste un dessin, c'est le symbole de ton identité, celui qu'on associera à ton nom et à ta façon de travailler. Il doit être simple, lisible et cohérent avec ton activité.

Un bon logo raconte une histoire sans phrase :

- **Il reflète ton univers** (moderne, artisanal, créatif, sobre...)
- **Il reste lisible partout** (site, devis, carte de visite, panneau, signature mail)
- **Il est reconnaissable au premier coup d'œil.**

Les couleurs, elles, créent l'émotion, chaque teinte envoie un message :

- le bleu rassure,
- le vert inspire la confiance,
- le rouge attire l'attention,
- le noir affirme le sérieux,
- le violet suggère la créativité.

Mais attention : ton image doit être harmonieuse. Trop de couleurs, trop de détails, et ton identité se perd.

b. Harmonise tes documents : devis, factures, e-mails

Chaque document que tu envoies : un devis, une facture, un mail, même une relance, **raconte quelque chose de toi**. Et souvent, **c'est la première impression que ton client aura de ton professionnalisme**.

Un devis bien présenté, clair et cohérent inspire confiance. Une facture avec un logo net, des mentions propres et un ton professionnel donne le sentiment d'une entreprise sérieuse. À l'inverse, des documents bricolés à la va-vite brouillent ton image, même si ton travail est excellent.

L'objectif est simple : que tout ce qui sort de ton entreprise se ressemble. Même logo, mêmes couleurs, même typographie, même ton. En un coup d'œil, on doit reconnaître que c'est toi.

ASTUCE OCTOBRE

Garde en tête que ton logo n'a pas besoin d'être sophistiqué. **Les marques les plus fortes utilisent souvent une forme très simple, mais parfaitement pensée.**

Si tu hésites, retire plutôt un élément qu'en ajouter un. **Un bon logo se reconnaît quand il reste cohérent même réduit à la taille d'une icône de téléphone.**

ASTUCE OCTOBRE

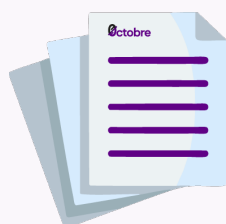
Quand tu crées un document, imagine qu'il sera lu par quelqu'un qui ne te connaît pas encore.

S'il peut comprendre ton activité, ton style et ton sérieux rien qu'en voyant ton devis ou ton mail, c'est que ta cohérence visuelle fonctionne.

UNE COMMUNICATION HARMONISÉE



DEVIS



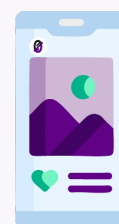
DOCUMENT
COMMERCIAL



MAIL



SITE INTERNET



RÉSEAUX
SOCIAUX

c. Adopte une signature pro et une présentation cohérente partout

Ta signature mail, ta photo de profil, ta manière d'écrire un message ou de répondre à un client : **tout cela construit ton image, même quand tu n'y penses pas.**

La cohérence visuelle et rédactionnelle, c'est ce qui donne le sentiment d'une entreprise organisée, fiable et crédible.

Une signature professionnelle doit comporter les éléments essentiels :

- Ton prénom et ton nom,
- Le nom de ton entreprise,
- Ton poste ou ton rôle,
- Tes coordonnées (téléphone, site, réseaux).

Ajoute ton logo et, si possible, les couleurs de ton univers visuel. **En un clic, ton interlocuteur doit savoir qui tu es, comment te joindre et où te retrouver.** Même logique sur les réseaux, ton site, ou tes supports : même photo, même ton, même présentation. **Cette constance donne le sentiment d'une entreprise stable, sérieuse et bien gérée, même quand tu travailles seul.**

ÊTRE VISIBLE LÀ OÙ SONT TES CLIENTS

Avoir une belle offre ne suffit pas si personne ne la voit. Aujourd'hui, la première chose que fait un client potentiel, **c'est te chercher en ligne.** S'il ne te trouve pas, il passera simplement au suivant. **Être visible, ce n'est pas être partout.** C'est être au bon endroit, **là où tes clients te cherchent réellement** : Google, les réseaux, ton site, les recommandations.

Tu n'as pas besoin d'un budget ou d'un service marketing : juste de clarté, de régularité et d'un peu de méthode.

a. Crée ta fiche Google Business : ta carte d'identité en ligne

Ta fiche Google Business (anciennement Google My Business) est souvent **la première chose qu'un client voit quand il te cherche.** **C'est ta vitrine numérique** : elle affiche ton nom, ton activité, ton adresse, tes horaires, ton numéro, ton site, et même les avis de tes clients.

C'est gratuit, simple à mettre en place, et **incroyablement efficace pour te rendre visible localement.** Une fiche bien remplie permet à tes futurs clients de te trouver en un clic, de voir des photos, et de te contacter sans effort.

Quelques points clés :

- Sois précis sur ton activité (les mots-clés comptent)
- Ajoute de belles photos récentes
- Mets à jour tes horaires et ton téléphone
- Encourage tes clients satisfaits à laisser un avis (ils font toute la différence)

ASTUCE OCTOBRE

Si tu veux tester la solidité de ta cohérence visuelle, fais l'exercice suivant : aligne ta signature mail, ta bio réseau, ta photo, ton devis et ton site sur un même écran.

Si tu as l'impression **de voir cinq entreprises différentes, il faut harmoniser.** Si tu vois la même personne partout, tu es sur la bonne voie.

ASTUCE OCTOBRE

On dit souvent : **“Si Google ne te trouve pas, tes clients non plus.”**

Ta fiche Google Business, **c'est ta carte de visite digitale : visible 24h/24, accessible partout, et gratuite.** Une fois créée et mise à jour régulièrement, elle travaille pour toi, même quand tu dors.

b. Mets en place une petite page web ou un site vitrine clair

Ton site, c'est ton **lieu d'accueil digital**. C'est là que tes clients viennent te découvrir, comprendre ce que tu fais et décider s'ils ont envie de travailler avec toi. Pas besoin d'un site compliqué : une page claire, bien structurée et à jour suffit largement au démarrage.

Un bon site vitrine doit répondre à trois questions simples :

- **Qui tu es** – une brève présentation, ton parcours, ton approche.
- **Ce que tu fais** – tes prestations, ton expertise, tes tarifs si possible.
- **Comment te contacter** – un bouton, un formulaire, ou un numéro visible partout.

Ajoute quelques photos **authentiques de ton activité, des témoignages clients, et une phrase d'accroche claire** (ta baseline). L'objectif : qu'en 30 secondes, ton visiteur comprenne ton métier et ait envie de te contacter.

c. Choisis un réseau social et tiens-le à jour régulièrement

Les réseaux sociaux ne servent pas qu'à "faire parler de soi" : ils servent surtout à rester présent dans l'esprit de tes clients.

Mais inutile d'être partout, choisis un seul réseau, celui où se trouvent réellement tes clients, et fais-le bien :

- **Si tu travailles avec des entreprises**, LinkedIn est souvent le plus pertinent.
- **Si ton activité est visuelle ou locale**, Instagram ou Facebook peuvent être plus efficaces.
- **Si tu proposes des services concrets ou artisanaux**, les avis et photos parlent souvent mieux qu'un long discours.

Le secret, **c'est la régularité** : plusieurs publications par semaine, même courtes, vaut mieux qu'une campagne tous les six mois. **Partage ton quotidien, un conseil, une réussite, une anecdote : l'important, c'est d'être vivant.**

ASTUCE OCTOBRE

Quand tu construis ton site, pense comme un client pressé. Il scrolle vite, il lit en diagonale et **il veut comprendre immédiatement si tu peux répondre à son besoin.**

Si ton site répond à ça, même simple, il fera le travail mieux que n'importe quelle vitrine sophistiquée.

ASTUCE OCTOBRE

Chez Octobre, on répète souvent : *"Mieux vaut être cohérent qu'omniprésent."*

Choisis ton terrain de jeu, **adopte ton ton, et reste constant.** Un réseau social bien tenu, **c'est une vitrine vivante qui montre ton professionnalisme...** sans effort marketing.

LA VIE QUOTIDIENNE DE L'ENTREPRENEUR

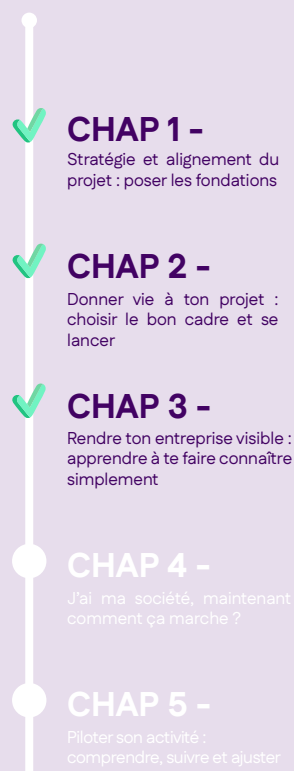
Tu as trouvé ton positionnement, construit ton image et commencé à te faire connaître. Les premiers clients arrivent, les échanges se multiplient... **ton entreprise prend vie.** Mais maintenant, il faut qu'elle tienne la route dans la durée.

C'est ici que commence le vrai quotidien de l'entrepreneur : devis, factures, TVA, relances, trésorerie...

Autant de sujets qu'on n'aborde pas toujours avec passion, mais qui font toute la différence entre un projet solide et un projet fragile.

Le Chapitre 4 t'accompagne dans cette étape clé : apprendre à faire tourner ta société au quotidien, en posant les bons réflexes dès le départ. Ce n'est pas la partie la plus glamour, mais c'est celle qui sécurise tout le reste.

- **Tu n'es plus dans la création, tu entres dans la gestion.**
- **Et une entreprise bien gérée, c'est une entreprise qui peut durer et grandir.**



CHAP 4 -

J'ai ma société, maintenant
comment ça marche ?

LA GESTION ADMINISTRATIVE, LES RÈGLES POUR BIEN DÉBUTER

Avoir une vision, une stratégie, une idée forte, c'est le moteur de ton entreprise. Mais pour qu'elle roule loin, **il faut aussi l'huile qui fait tourner les engrenages : l'administratif.** C'est souvent vu comme une corvée, mais en réalité, **c'est ce qui sécurise ton activité au quotidien.** Une facture bien faite, une relance au bon moment, un devis clair... ce sont des détails qui font toute la différence entre une boîte qui avance et une boîte qui s'essouffle.

Une entreprise qui réussit, ce n'est jamais un coup de chance. C'est un mélange subtil : **une stratégie bien ficelée, un montage juridique aligné avec cette stratégie, et un administratif maîtrisé** qui soutient le tout.

Beaucoup de projets s'essouffent non pas parce que l'idée était mauvaise, mais parce que la gestion autour était bancal. **Distingue-toi par ton exigence et ta discipline administrative.** C'est ça qui fait la différence entre "avoir un projet" et "construire une entreprise solide".

Et la bonne nouvelle, c'est que cette rigueur n'est pas un poids à vie. **Si ça fonctionne, tu pourras déléguer plus tard.** Mais au début, c'est à toi de montrer l'exemple : poser des fondations carrées, tenir ta trésorerie, sécuriser tes contrats, cadrer tes factures.

C'est un effort aujourd'hui, mais c'est ce qui donnera à ton projet toutes les chances de durer demain.

Les outils administratifs, trouver l'outil qui colle avec son activité

Avant même de parler de factures, de relances ou de trésorerie, il faut parler du cœur invisible de ton activité : **les outils.** Ce sont eux qui vont te faire **gagner du temps, t'éviter les erreurs** et te **permettre de te concentrer sur ce que tu sais faire de mieux : ton métier.**

Chaque activité a ses propres besoins. Un commerçant ne gère pas son quotidien comme un artisan, ni comme un architecte. Pourtant, tous ont le même enjeu : **trouver un outil qui colle à leur réalité de terrain.**

Un commerçant, par exemple, va tout baser sur sa caisse. C'est son cockpit. Une bonne caisse, c'est bien plus qu'un tiroir qui rend la monnaie : c'est un tableau de bord qui suit les ventes, les marges, les stocks, et parfois même la fidélité client. C'est un outil de pilotage à part entière.

Un artisan, lui, a besoin d'un outil simple et fluide pour faire ses devis, les transformer en factures, suivre les règlements, et anticiper ses rentrées d'argent. Son efficacité dépend de sa capacité à passer du chantier à la gestion sans perdre le fil.

Un architecte ou une entreprise du bâtiment travaille encore autrement. Là, les situations de travaux, les retenues de garanties ou les comptes prorata font partie du quotidien. Il faut donc un outil capable de gérer ces spécificités sans que tout devienne une usine à gaz.

L'erreur classique, c'est d'improviser. D'utiliser Excel "en attendant", de bricoler avec Word, ou de copier un modèle trouvé en ligne. Ça fonctionne... jusqu'au jour où tu dois retrouver une facture perdue, justifier une TVA, ou prouver ton chiffre à la banque.

Un bon outil, mis en place dès le démarrage, c'est des heures, voire des jours gagnés sur le long terme. **C'est la base de ta discipline administrative.** Et cette discipline, c'est ce qui **fait la différence entre un projet qui vivote et une entreprise qui s'installe durablement.**

ASTUCE OCTOBRE

Choisis un outil qui te ressemble, pas celui que tout le monde utilise. Ce qui compte, ce n'est pas de faire "comme les autres", c'est d'**avoir un système fluide, cohérent et adapté à ton quotidien.**

Parce qu'un outil bien choisi, c'est un peu comme une bonne paire de chaussures : au début, tu ne vois pas la différence... jusqu'à ce que tu marches longtemps.

LE SUIVI CLIENT



PROSPECT



DEVIS

RÉALISATION &
TRANSFORMATION

FACTURATION

SUIVI DES
RÈGLEMENTS

Le suivi du chiffre d'affaires est un premier indicateur pour piloter ton entreprise, le suivi des prospects est un premier indicateur pour calibrer ton service et connaître ta charge de travail pour maintenir ta qualité

DE MON PREMIER PROSPECT À MON PREMIER CLIENT...

C'est souvent ici que tout commence. Avant la première facture, avant même le premier euro encaissé, **il y a une rencontre, une conversation, une promesse.** La prospection et le devis, c'est la première impression que ton futur client aura de toi. **C'est aussi ton premier acte de gestion : celui où tu poses le cadre.**

Prospecter, ce n'est pas "vendre à tout prix". C'est comprendre un besoin, mesurer si tu peux réellement y répondre, et définir des conditions claires dès le départ. La prospection, ce n'est pas une chasse, c'est un dialogue. Le bon client n'est pas celui qui dit "oui" à tout, mais celui qui partage ta vision du travail bien fait et respecte tes règles du jeu.

a. Le devis ton premier contrat

Un devis, ce n'est pas un simple chiffre au bas d'une page. C'est **un contrat simplifié qui engage les deux parties.** Il fixe **le quoi, le combien, et le comment.** Chaque devis doit être clair, précis et professionnel. Il doit décrire la prestation, indiquer les tarifs HT et TTC, les conditions de règlement, les délais de réalisation, la durée de validité du devis et la mention "Bon pour accord" suivie de la signature du client.

Un devis bien fait, **c'est ton assurance en cas de désaccord futur.** Il protège ta trésorerie, ta réputation et ta crédibilité. Un devis flou, c'est souvent le début des ennuis : incompréhensions, retards de paiement, prestations non réglées.

ASTUCE OCTOBRE

Un bon devis est **une carte de visite.** Soigne sa présentation : ton logo, ton ton, ton style. C'est souvent **le premier document officiel que ton client reçoit de toi.** Il doit refléter ton sérieux, ta clarté, ton identité.

Un devis bien structuré et envoyé rapidement, c'est déjà une preuve de professionnalisme. Et dans un monde où la réactivité est reine, c'est souvent ce qui fait la différence entre un client qui signe et un client qui passe à un autre prestataire.

b. Suivre sa prospection : la première brique du pilotage commercial

La prospection, ce n'est pas seulement "chercher des clients". C'est **construire un flux régulier d'opportunités** et savoir où tu en es dans ta relation avec chaque contact. Trop d'entrepreneurs perdent des ventes simplement parce qu'ils oublient de relancer un prospect intéressé ou de formaliser une proposition. Dès le Niveau 1, habitue-toi à **noter chaque échange** : qui tu as contacté, quand, ce que vous vous êtes dit, et quelle est la prochaine étape. Cela peut se faire dans un petit tableau, un CRM simple, ou ton outil de facturation si celui-ci intègre un suivi commercial.

Ce suivi te permet :

- **de mesurer ton taux de transformation** (combien de devis signés sur ceux envoyés) ;
- **d'anticiper ton chiffre d'affaires futur** ;
- **d'adapter ton rythme de travail en fonction de la charge à venir.**

JE FACTURE MON PREMIER CLIENT

Tu as trouvé ton client, signé ton devis, réalisé ta première mission... et te voilà face à ta première facture. C'est un moment symbolique : le passage du projet à la réalité. Mais c'est aussi un moment clé où il ne faut pas se tromper, car la facture n'est pas qu'un document comptable. **C'est un acte légal, une preuve commerciale, et le reflet de ton sérieux.**

a. Qu'est ce qu'une facture ? *Un peu de droit*

Une facture, ce n'est pas juste un papier avec un prix. C'est **un document légal** qui prouve qu'une vente ou une prestation a bien eu lieu. Elle engage ton client à payer et te protège en cas de litige. Sur le plan juridique, **c'est une obligation** : toute vente de bien ou service entre professionnels doit être facturée.

Sur le plan **fiscal**, c'est la base du calcul de ta TVA et de ton chiffre d'affaires. Et sur le plan **comptable**, c'est la pièce de preuve qui justifie ton revenu.

Une facture doit contenir un certain nombre de **mentions obligatoires** : le nom de ton entreprise, ton SIREN, l'adresse du client, la date, le numéro de facture unique, le détail de la prestation, les montants HT et TTC, les conditions de règlement, les pénalités de retard, et la mention de l'indemnité forfaitaire de 40 € en cas de retard de paiement.

b. La facturation électronique : une obligation, mais surtout une avance

La facturation électronique devient la norme en 2027, toutes les entreprises devront **émettre et recevoir leurs factures via une plateforme agréée** (PA ou Plateforme agréée). L'objectif : lutter contre la fraude à la TVA et simplifier les échanges. Concrètement, tes factures ne seront plus de simples PDF, mais **des fichiers structurés** transmis automatiquement et archivés en ligne. C'est plus sûr, plus rapide et plus fiable.

ASTUCE OCTOBRE

Un suivi de prospection bien tenu, c'est déjà du pilotage. C'est **le premier indicateur de santé de ton entreprise**, avant même la trésorerie. Il te dit si ton activité grandit, stagne ou s'essouffle.

ASTUCE OCTOBRE

Un bon logiciel de facturation intègre déjà tout cela automatiquement. **Tu gagnes du temps, tu évites les oublis**, et tu restes dans les règles sans te prendre la tête.

ASTUCE OCTOBRE

On équipe déjà nos clients avec un outil compatible e-facture, connecté à la comptabilité. Résultat : tout est conforme, centralisé et prêt pour la réforme, sans stress ni perte de temps.

c. Les Conditions Générales de Vente : ton bouclier juridique

Les **Conditions Générales de Vente (CGV)**, c'est un peu le "mode d'emploi légal" de ta relation avec ton client. Elles fixent les règles du jeu avant même qu'un problème n'apparaisse : ce que tu vends, à quel prix, dans quel délai, et selon quelles conditions.

Trop d'entrepreneurs les négligent, pensant que "ça ne sert à rien tant que tout va bien". Jusqu'au jour où...

Les CGV, c'est **ton contrat-cadre**. Elles précisent notamment :

- Les modalités de commande, de livraison et de paiement,
- Les pénalités en cas de retard,
- Les conditions d'annulation ou de rétractation,
- La gestion des litiges,
- La propriété intellectuelle ou l'usage des données si tu fournis un contenu.

Pour un professionnel, les CGV sont obligatoires lorsqu'il vend à un autre professionnel (B2B), **elles doivent être communiquées sur simple demande**. Et en B2C (auprès de particuliers), elles doivent **être accessibles et claires**.

LE SUIVI DES RÉGLEMENTS : TRANSFORMER LE CHIFFRE D'AFFAIRES EN TRÉSORERIE

Une entreprise ne vit pas de ses factures, mais de ses encaissements. **Tant que l'argent n'est pas sur ton compte, ton travail n'est pas encore payé**. Le suivi des règlements, c'est donc le prolongement naturel de ta facturation, la partie invisible mais vitale de ton activité.

a. Piloter sa trésorerie : garder le contrôle de son oxygène

Ta trésorerie, c'est le cœur battant de ton entreprise. **Elle mesure ta capacité à respirer, à investir, à payer tes charges et à te rémunérer**. Peu importe ton chiffre d'affaires ou ton carnet de commandes : **si la trésorerie ne suit pas, tout s'arrête**.

Piloter ta trésorerie, c'est suivre en permanence **ce qui entre et ce qui sort**. Il ne s'agit pas de faire de la comptabilité, mais de comprendre ton rythme : quand tombent tes encaissements, quand partent tes charges fixes, et à quel moment tu risques une tension de trésorerie.

b. Relancer ses clients : aucune relance n'est inutile

Une facture envoyée n'est pas toujours une facture payée. Et ce n'est pas un manque de respect de le rappeler, c'est simplement du professionnalisme. **Une relance**, c'est un rappel du cadre, pas une agression.

Un client sérieux comprend qu'une facture doit être réglée. Celui qui se vexe ou se braque à la moindre relance révèle souvent un déséquilibre dans la relation. Mieux vaut le savoir tôt que tard.

Installe un vrai rituel de relance :

J+0 : un message amical, presque préventif, pour remercier et rappeler la date d'échéance.

J+15 : une relance polie mais claire.

J+30 : un ton plus ferme, type mise en demeure.

Ce processus n'a rien d'agressif : il montre que tu gères ton entreprise avec sérieux.

ASTUCE OCTOBRE

Tes CGV ne sont pas un copier-coller trouvé en ligne. **Elles doivent refléter ton activité réelle**, ton mode de fonctionnement et ta façon de collaborer.

Chez Octobre, on les rédige avec toi, en interne, sur la base de ton modèle économique, puis on les **fait valider par nos partenaires juridiques**. Objectif : qu'elles te protègent sans te freiner commercialement.

ASTUCE OCTOBRE

Au Niveau 1, pas besoin d'un outil complexe. Un tableau simple, clair et à jour suffit.

Note-y les encaissements prévus, les dépenses à venir, et vérifie chaque semaine ton solde bancaire réel. Ce petit geste, répété, t'évite les mauvaises surprises et t'apprend à anticiper, la qualité première d'un bon dirigeant.

ASTUCE OCTOBRE

Ton logiciel de facturation peut automatiser une grande partie du suivi.

Il t'indique les retards, envoie les rappels automatiquement, et **garde l'historique des échanges**. Tu gagnes du temps et tu restes serein.

PILOTER TON ENTREPRISE

Tu sais maintenant **faire tourner ton entreprise** : facturer, gérer ta trésorerie, relancer tes clients, respecter tes échéances... **Tu es passé du projet à la réalité.**

Mais une entreprise ne se contente pas de tourner, elle doit avancer dans la bonne direction.

C'est ici que commence une nouvelle étape : **le pilotage.**

Comprendre tes chiffres, savoir ce qu'ils racontent, anticiper les creux, ajuster tes décisions. Car les chiffres ne sont pas faits pour te faire peur, mais pour te guider.

Le Chapitre 5 t'apprend à lire ton activité comme un pilote lit ses instruments : simplement, sans jargon, avec bon sens.

Tu vas découvrir que derrière les mots "bénéfice", "trésorerie" ou "marge", se cachent des outils puissants pour prendre les bonnes décisions, au bon moment.

- **Après avoir appris à construire et gérer ton entreprise, il est temps d'apprendre à la piloter.**



CHAP 1 -

Stratégie et alignement du projet : poser les fondations



CHAP 2 -

Donner vie à ton projet : choisir le bon cadre et se lancer



CHAP 3 -

Rendre ton entreprise visible : apprendre à te faire connaître simplement



CHAP 4 -

J'ai ma société, maintenant comment ça marche ?



CHAP 5 -

Piloter son activité : comprendre, suivre et ajuster

CHAP 5 -

Piloter son activité :
comprendre, suivre et ajuster

PILOTER : SAVOIR LIRE SON ENTREPRISE

Piloter, ce n'est pas "faire de la compta". C'est savoir lire ton entreprise comme un pilote lit ses instruments de bord. Les chiffres ne sont pas là pour t'effrayer, mais pour t'aider à comprendre où tu en es, ce qui fonctionne, ce qui dérape et comment ajuster ta trajectoire avant qu'il ne soit trop tard.

Beaucoup d'entrepreneurs découvrent leurs résultats quand tout est déjà joué, trop tard pour corriger, trop tard pour anticiper. Pourtant, **les chiffres parlent dès le premier jour** : ils te disent si ton modèle tient, si ton activité génère de la valeur, si ta trésorerie respire ou s'essouffle.

Ce chapitre t'apprend à voir clair dans tes comptes sans devenir comptable. À travers des outils simples, des réflexes concrets et un peu de méthode, tu vas apprendre à :

- **Suivre ta trésorerie** et éviter les mauvaises surprises
- **Comprendre** la différence entre chiffre d'affaires, marge, résultat et trésorerie

Chez Octobre, on le répète souvent :

"Un entrepreneur qui comprend ses chiffres, c'est un entrepreneur libre."

Parce qu'une fois que **tu maîtrises tes indicateurs, tu ne subis plus ton entreprise : tu la pilotes.**

Avant toute chose : raisonne toujours en Hors Taxes (HT)

C'est la première règle du pilotage : **ne jamais se tromper d'unité**. Quand tu analyses ton activité, ta marge ou tes charges, tu dois toujours **raisonner en hors taxes (HT)**.

Pourquoi ?

Parce que la **TVA ne t'appartient pas**. Tu la factures à ton client, mais tu la reverses à l'État. Ce n'est qu'un flux temporaire : elle passe par ton compte, mais ce n'est pas ton argent.

Si tu confonds TTC et HT, tu crois que tu gagnes plus que la réalité.

Exemple :

Tu factures 1 200 € TTC, dont 200 € de TVA.

Ton chiffre d'affaires réel, celui qui te fait vivre, c'est **1 000 € HT**.

Même logique pour tes dépenses :

Une dépense de 120 € TTC, c'est en fait **100 € HT**, car tu récupéreras la TVA (si tu es assujetti).

Attention : En pilotage, la **TVA est neutre**. **Ne la compte jamais** dans ta rentabilité, ni dans ton chiffre d'affaires. **Ton argent, ton vrai argent, c'est le HT.**

LIRE ET COMPRENDRE SES CHIFFRES

Ton tableau de bord, c'est la version simplifiée du cockpit de ton entreprise. Il ne sert pas à faire de la comptabilité, mais à voir en un coup d'œil si tout va bien. Sans tableau de bord, tu avances à vue. Et à vue, on finit souvent dans le brouillard.

a. Le tableau de bord : tes indicateurs essentiels (CA, marge, trésorerie)

Un bon tableau de bord tient en trois blocs :

Le chiffre d'affaires (CA) : C'est le carburant de ton activité. **Il faut le suivre par mois et par client**, pour repérer les tendances : qui te fait vivre, quelles périodes sont creuses, quels produits ou services fonctionnent le mieux. Un CA qui monte, c'est bien. Un CA stable mais mieux margé, c'est encore mieux.

La marge : C'est ce qu'il te reste une fois les coûts directs payés (matières premières, achats, sous-traitants). C'est ton vrai "gain de production". Un entrepreneur avisé regarde toujours **sa marge avant son chiffre** : c'est elle qui dit si ton modèle est rentable, pas ton volume de ventes.

La trésorerie : C'est ton oxygène. Peu importe tes ventes si ton compte est vide. **Suis-la chaque semaine**. Une baisse continue t'alerte avant le mur, une hausse t'indique que tu peux investir ou te rémunérer davantage.

ASTUCE OCTOBRE

Ton tableau de bord n'a pas besoin d'être complexe pour être utile. Quelques chiffres bien suivis valent mieux qu'un tableau plein de données illisibles.

Ce qui compte, ce n'est pas la quantité d'informations... c'est **la capacité à comprendre ce qu'elles racontent**.

b. Suivre ses charges et son résultat : comprendre où part l'argent

Charges	Déductible	Non déductible
Frais de repas	Oui (mettre au dos le nom du client invité)	
Frais de déplacement	Oui au réel (si véhicule inscrit au bilan) ou Indemnité Kilométrique (si véhicule personnel)	
Vêtement	Uniquement les vêtements de travail (blouse, chaussure de sécurité)	Non : tous les autres (costume, vêtement de ville, chemise...)
Cadeaux d'affaires	Oui (la TVA sera déductible dès lors que le cadeau unitaire ne dépasse 73€ TTC)	
Dépenses somptuaires		Non
Dons	Oui, réduction d'impôt dans la limite de 20 000€, par année	
TVS		Non
Pénalités et amendes		Non
Dépenses personnelles		Non : ne pas utiliser le compte professionnel

Gagner de l'argent, c'est bien. Savoir **où il s'en va**, c'est mieux. Beaucoup d'entrepreneurs confondent "avoir de l'activité" avec "gagner leur vie". Mais si tes charges augmentent plus vite que ton chiffre d'affaires, tu avances... en creusant un trou. Pour éviter ça, il faut comprendre **comment se compose ton résultat**.

Ton résultat, c'est simplement :

$$\text{Marge} - \text{Dépenses} = \text{Résultat}$$

Pour bien le suivre, **tu dois savoir ce que tu dépenses** :

Les charges fixes : Celles qui tombent tous les mois, même si tu ne vends rien : loyer, téléphone, assurance, logiciel, expert-comptable, mutuelle, etc. Elles t'indiquent le minimum à couvrir pour "vivre".

Tes charges de rémunération : rémunération, charges sociales afférentes, mutuelle. Ce sont les charges correspondant à ton salaire.

Les charges variables : Celles qui bougent avec ton activité : sous-traitance, frais de livraison, commissions, consommables... Plus tu vends, plus elles augmentent, mais c'est normal : elles servent à produire ton chiffre d'affaires.

c. Distinguer résultat et trésorerie : le moulin et l'eau qui fait tourner la roue

C'est sans doute **la confusion la plus fréquente** chez les entrepreneurs qui débutent. On pense souvent que si le résultat est positif, tout va bien. Mais le résultat et la trésorerie **ne racontent pas la même histoire**.

Imagine ton entreprise comme **un moulin à eau**. Le **résultat**, c'est la quantité de farine que ton moulin produit : plus tu fais tourner la roue, plus tu génères de valeur. Mais pour que cette roue tourne, il faut de l'eau. Et cette eau, **c'est ta trésorerie**, l'argent qui circule et fait vivre ton activité au quotidien.

Seulement voilà : le flux d'eau n'est pas toujours régulier.

- Parfois, la rivière (tes clients) met du temps à alimenter le canal.
- Parfois, tu dois ouvrir les vannes en amont (payer tes fournisseurs, tes salaires, tes charges) avant même que l'eau n'arrive.

C'est là qu'intervient **le besoin en fonds de roulement (BFR) : le bassin de réserve** que tu dois toujours garder plein pour que la roue ne s'arrête jamais, même quand la rivière faiblit.

Dans ton moulin :

Le résultat, c'est la farine que tu produis : **la preuve que ton modèle fonctionne**, que ton travail crée de la valeur.

La trésorerie, c'est l'eau qui circule dans le canal : **elle fait tourner la roue en continu**.

Le BFR, c'est le bassin en amont : **la réserve d'eau nécessaire pour compenser les décalages** entre ce que tu encaisses et ce que tu dois payer.

Si ton activité augmente, la roue tourne plus vite... mais ton moulin consomme aussi plus d'eau. Ton BFR grandit : **il te faut plus de réserve** pour tenir la cadence. Et si ton bassin est vide, la roue s'arrête - même si ton moulin est performant.

Cas concret

BFR positif : tu payes avant d'encaisser
Tu avances l'argent avant d'être payé.

Exemples :

- un artisan achète ses matériaux et paie son ouvrier avant d'être réglé,
- une entreprise de service facture à 30 ou 60 jours.

-> Ton activité consomme de la trésorerie. Il faut donc une réserve (ton "bassin d'eau") pour faire tourner le moulin sans l'arrêter.

BFR négatif : tu encaisses avant de payer

Tes clients te paient tout de suite, mais tes fournisseurs plus tard.

Exemples :

- un restaurateur encaisse à chaque repas,
- un site e-commerce reçoit les paiements avant d'expédier,
- un formateur facture à l'inscription.

-> Ton activité génère de la trésorerie naturellement.

Mais attention, **un changement de conditions ou de délais peut vite inverser la tendance**.

**RÉSULTAT / TRÉSORIE
LE MOULIN ET L'EAU**

**TRÉSORIE
(Liquidités)**

Clients
(Encaissements)



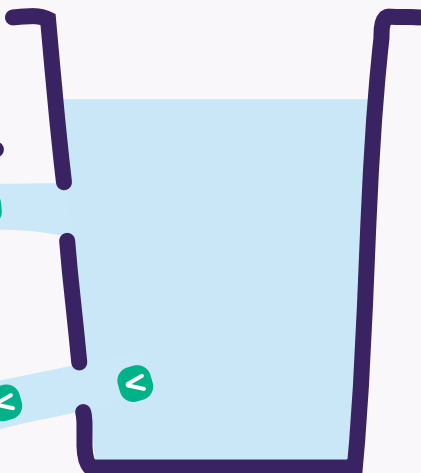
Parfois, tu dois ouvrir les vannes avant même que l'eau n'arrive



Fournisseurs, Salaires, Charges
(Décaissements)

L'eau qui circule : elle fait tourner la roue en continu, fait vivre l'activité au quotidien.

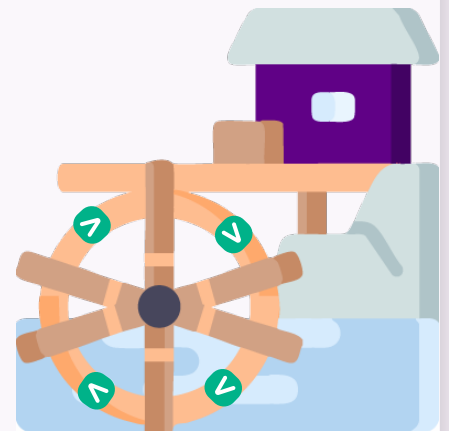
**BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT
(BFR)**



Le bassin de réserve

Nécessaire pour compenser les décalage entre ce que tu encaisses et ce que tu dois payer. Garde le plein !

**RÉSULTAT
(Bénéfice)**



La farine que tu produis : la preuve que ton modèle fonctionne, que ton travail crée de la valeur.

GÉRER SA TRÉSORERIE AU QUOTIDIEN

Ta trésorerie, c'est la respiration de ton entreprise. Si elle s'essouffle, même temporairement, tout le reste s'arrête. Anticiper tes flux d'argent, ce qui rentre et ce qui sort, te permet de garder ton équilibre sans stress.

a. Anticiper les entrées et sorties d'argent

Commence simple, fais une **prévision mensuelle**. Note d'un côté ce que tu vas encaisser (factures clients, subventions, apports, remboursements), et de l'autre ce que tu dois payer (salaires, charges, fournisseurs, loyers, impôts, etc.). Ce tableau te montre tout de suite les périodes où ton compte risque de passer dans le rouge.

Tu n'as pas besoin d'un logiciel complexe. Un simple tableau avec trois colonnes suffit :

Entrées – Sorties = Solde prévisionnel

Cette vision te permet de :

- **Décaler** une dépense si un client tarde à payer,
- **Prévoir** un virement sur ton compte pro avant un prélèvement important,
- **Ne plus "subir"** ta trésorerie mais la piloter.

b. Prévoir ses échéances sociales et fiscales

Les impôts et les cotisations ne devraient jamais être une surprise. Ce sont des charges prévisibles à condition d'être **accompagné**.

Pour ne pas te faire surprendre, il faut **les anticiper dès le départ**. Chaque mois, ton activité génère des obligations :

- **TVA** (souvent mensuelle ou trimestrielle)
- **Cotisations sociales** (URSSAF, retraite, mutuelle, en fonction du statut : TNS ou salarié)
- **Impôt sur les sociétés** (IS)
- **Contribution Foncière des Entreprises**...

Anticiper ces échéances, **c'est te donner le pouvoir de piloter ton entreprise plutôt que de la subir**. Une gestion prévoyante transforme ce qui pourrait être une contrainte en **levier de stabilité et de confiance**.

Se faire accompagner, ce n'est pas un luxe, **c'est une sécurité**. Beaucoup d'entrepreneurs découvrent trop tard les régularisations, les rattrapages de cotisations ou les décalages de TVA, simplement parce qu'ils n'avaient pas été prévenus. **Un bon accompagnement, c'est celui qui met de la clarté dans tes chiffres avant qu'ils ne deviennent un problème**.

Chez Octobre, on ne te laisse pas "attendre le bilan" pour comprendre ta situation. On estime ton revenu et tes cotisations sociales dès le départ, on t'explique tes charges, on planifie les échéances fiscales et sociales dans ton calendrier de trésorerie. **Rien ne tombe par hasard : chaque chiffre a un sens, chaque échéance est prévue, chaque décision s'appuie sur une donnée réelle**.

Se faire accompagner, c'est transformer la comptabilité en outil de pilotage. Tu n'avances plus à vue, tu avances avec une carte. **Et cette carte, c'est la différence entre subir ton activité et la maîtriser.**

ASTUCE OCTOBRE

Anticiper, c'est respirer. **Une entreprise qui prévoit ses flux d'argent ne fait pas plus de chiffre, mais elle dort mieux.**

La trésorerie, ce n'est pas une surprise à découvrir en fin de mois, **c'est un outil de décision au quotidien.**

MAÎTRISER SON ÉQUILIBRE

Piloter, c'est savoir où tu vas, pas seulement constater où tu es. **C'est comprendre que derrière chaque chiffre se cache une réalité : une décision, un rythme, une habitude.** Et que ces chiffres, loin d'être une contrainte, sont **les meilleurs alliés de ton indépendance.**

Une entreprise qui pilote bien, ce n'est pas celle qui gagne le plus, mais celle qui **maîtrise son équilibre**. Celle qui sait quand investir, quand ralentir, quand se rémunérer, quand se renforcer. Parce qu'un entrepreneur averti n'attend pas le mur pour tourner : il lit les panneaux avant la courbe.

Piloter, c'est aussi une question d'état d'esprit. C'est choisir la clarté plutôt que le flou, l'anticipation plutôt que la réaction. Et c'est accepter qu'un bon pilotage ne repose pas sur la complexité, mais sur la discipline, **la lecture et la régularité.**

Tu n'as pas besoin de tout savoir : tu dois juste comprendre ce qui compte. Ton chiffre d'affaires te montre ton énergie, ta marge ta justesse, ta trésorerie ton souffle. Et ensemble, ces indicateurs te permettent de diriger ton entreprise avec confiance.

En apprenant à piloter, **tu deviens plus qu'un créateur : tu deviens le capitaine de ton projet.** Celui qui sait ajuster sa route, garder son cap et avancer avec lucidité, quelles que soient les conditions.



CHAP 1 -

Stratégie et alignement du projet : poser les fondations



CHAP 2 -

Donner vie à ton projet : choisir le bon cadre et se lancer



CHAP 3 -

Rendre ton entreprise visible : apprendre à te faire connaître simplement



CHAP 4 -

J'ai ma société, maintenant comment ça marche ?



CHAP 5 -

Piloter son activité : comprendre, suivre et ajuster

CONCLUSION -

Si tu es encore là, c'est que tu as fait plus que "penser à te lancer", **tu as posé les bases.**

Tu as clarifié ton "pourquoi", confronté ton idée à la réalité, construit ton business model, compris l'importance du prévisionnel, choisi une structure adaptée, commencé à cadrer ta communication, organisé ton administratif, intégré les réflexes de facturation, de trésorerie et de pilotage.

Tu n'as pas réponse à tout, tu n'es pas "blindé" sur chaque point, et ce n'est pas le but.

Le but, c'était de sortir du flou. De passer de "je verrai bien" à "**je sais ce que je fais, et pourquoi je le fais comme ça**".

La différence entre un projet fragile et un projet solide se joue rarement sur le logo, la punchline ou le premier client. Elle se joue sur ce que tu viens de travailler ici : **ton alignement, ton cadre, ta discipline minimale.** Tu as désormais une entreprise qui existe, qui parle clair, qui sait à qui elle s'adresse et comment elle encaisse. **Tu es passé du rêveur au joueur sérieux.**

À partir de là, deux choses comptent.

- Continuer à faire, sans te mentir.
- Continuer à apprendre, sans te disperser.

C'est là qu'Octobre reste dans le décor. Pas comme un "bureau de chiffres", mais comme **un partenaire de trajectoire.** On ne t'infantilise pas, on ne te vend pas du miracle, **on t'aide à voir ce que racontent tes décisions et à garder ton projet aligné avec ce que tu veux vraiment construire.**

Ce guide Niveau 1 est une marche. Tu viens de la monter. La suite logique, c'est ce qui arrive après le lancement: **assumer que ton entreprise va grandir et que tu dois grandir avec elle.** Ce premier guide répond à une question: **comment se lancer proprement, sans bullshit, sans se piéger soi-même.** Les guides suivants répondent à une autre réalité: si ton projet fonctionne, il va te dépasser. Il faudra structurer. Il faudra choisir quel dirigeant tu veux devenir.



Arthur Viale - Fondateur

J'ai écrit ces guides car j'ai jamais aimé les avoir dès mon démarrage. Plus qu'un devoir d'expert-comptable, je te livre toute mon expérience vécue et apprise par mes clients pour te faciliter ton aventure entrepreneuriale. Le reste c'est toi, ton optimisme, ton ambition et de garder l'alignement au long cap avec toutes tes parties prenantes, c'est que ça compte!

Garde ton idéalisme, trompe toi, améliore toi et avança toujours !

obbre

L'accompagnement autrement

© Arthur Viale – Octobre – 2026